



EDUKASI LITERASI MEDIA DAN KOMUNIKASI UNTUK MENINGKATKAN PROMOSI WISATA KABUPATEN PANGANDARAN

Yogie Alwaton¹, Miftahul Rozaq¹, Muhammad Rio Fariza², Moch. Armien Syifaa Sutarjo², Febriyanti Claudia², Septiana Yustika Widyaningrum²

¹) Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom

²) Departemen Digital Public Relations, Universitas Telkom

Article history

Received : Desember 2025

Revised : Desember 2025

Accepted : Desember 2025

*Corresponding author

Email :

muhammadriofariza@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kabupaten Pangandaran merupakan salah satu destinasi wisata unggulan di Jawa Barat, namun upaya promosi wisata masih terkendala rendahnya literasi media dan kemampuan komunikasi digital pelaku wisata. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas literasi media dan keterampilan komunikasi digital melalui edukasi, workshop, dan praktik pembuatan konten. Pelatihan dilaksanakan pada Kamis (27/11/2025) di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Pangandaran, diawali dengan sambutan mitra yang menekankan pentingnya kemampuan memilah informasi, menggunakan media digital secara tepat, serta menjaga kredibilitas promosi wisata. Pelatihan terdiri dari tiga sesi utama, yaitu: (1) edukasi literasi media tentang cara membedakan informasi valid dan hoaks, etika komunikasi digital, serta peran media sosial dalam pembentukan citra destinasi; (2) workshop storytelling dan penyusunan narasi promosi wisata berbasis pengalaman, nilai budaya, dan potensi lokal; serta (3) praktik pembuatan konten digital berupa foto dan video menggunakan smartphone, dilengkapi teknik komposisi visual serta editing sederhana. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi dan menghasilkan konten yang lebih kreatif serta komunikatif. Evaluasi melalui wawancara menunjukkan bahwa mitra Disbudpar menilai pelatihan ini sangat membantu meningkatkan kualitas informasi pariwisata yang disampaikan kepada publik. Peserta juga mengakui peningkatan pemahaman dan kepercayaan diri dalam membuat konten serta menerapkan strategi promosi digital. Secara keseluruhan, program ini memberikan dampak positif bagi peningkatan kapasitas komunikasi digital pegiat wisata dan memperkuat upaya promosi pariwisata Pangandaran.

Kata Kunci: literasi media, komunikasi digital, promosi wisata, Pangandaran, konten digital, storytelling.

Abstract

Pangandaran Regency is one of the leading tourist destinations in West Java; however, tourism promotion efforts remain constrained by the low level of media literacy and digital communication skills among tourism practitioners. This community service activity aimed to enhance media literacy capacity and digital communication skills through education, workshops, and hands on content creation practices. The training was conducted on Thursday (27/11/2025) at the Office of Tourism and Culture of Pangandaran and began with a welcoming address from the partner institution emphasizing the importance of the ability to filter information, use digital media appropriately, and maintain the credibility of tourism promotion. The program consisted of three main sessions. The first session focused on media literacy education, covering how to distinguish valid information from hoaxes, digital communication ethics, and the role of social media in shaping

destination images. The second session was a storytelling workshop on developing tourism promotion narratives based on experience, cultural values, and local potential. The third session involved practical digital content creation in the form of photos and videos using smartphones, complemented by visual composition techniques and basic editing skills. Participants showed high enthusiasm and produced more creative and communicative content. Evaluation through interviews indicated that the partner from the Office of Tourism and Culture considered the training highly effective in improving the quality of tourism information delivered to the public. Participants also reported increased understanding and confidence in creating content and applying digital promotion strategies. Overall, this program had a positive impact on strengthening the digital communication capacity of tourism practitioners and supporting tourism promotion efforts in Pangandaran.

Keywords: media literacy, digital communication, tourism promotion, Pangandaran, digital content, storytelling.

Copyright © 2025 Author. All rights reserved

Yogie Alwatan, Miftahul Rozaq, Muhammad Rio Fariza, Moch. Armien Syifaa Sutarjo, Febriyanti Claudia, Septiana Yustika Widyaningrum. (2025). Edukasi Literasi Media Dan Komunikasi Untuk Meningkatkan Promosi Wisata Kabupaten Pangandaran. Jurnal JP2N 3 (1); pp 111 -119.

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor strategis yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi daerah (Muftiadi, 2017). Kabupaten Pangandaran, yang terletak di pesisir selatan Jawa Barat, memiliki potensi wisata yang luar biasa, mulai dari keindahan Pantai Pangandaran, Green Canyon, hingga wisata bahari dan budaya lokal yang khas (Latif, 2019). Keindahan alam yang dimiliki Pangandaran menjadikannya magnet bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Di sisi lain, berkembangnya ekonomi kreatif berbasis masyarakat, seperti kuliner, kerajinan, dan seni pertunjukan, semakin memperkaya daya tarik pariwisata daerah ini (Sutarjo & Fariza, 2025).

Namun, potensi besar tersebut belum sepenuhnya terkelola secara optimal. Berdasarkan pada pra-observasi yang dilakukan, kami menemukan bahwa para pegiat wisata yang ada di Kabupaten Pangandaran memiliki beberapa masalah dalam mempromosikan sektor pariwisata mereka. Salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan kemampuan pelaku wisata dan masyarakat lokal dalam melakukan promosi wisata yang efektif di era digital. Promosi masih banyak dilakukan secara konvensional, sementara media sosial dan platform digital yang menjadi sarana utama wisatawan mencari informasi belum dimanfaatkan secara maksimal. Selain itu, masih banyak pelaku wisata di Pangandaran yang masih mengalami kesulitan dalam menyusun pesan promosi yang efektif, baik dari sisi visual, teks, maupun strategi distribusinya di media digital. Hal ini mengakibatkan promosi wisata menjadi kurang menarik, sulit menjangkau audiens yang lebih luas, dan pada akhirnya berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan. Para pegiat wisata di daerah ini juga belum memiliki promosi konten yang memadai (Gurning, 2024). Hal ini akan berdampak pada penyampaian informasi yang tidak tepat sasaran. Kelindannya, tentu dapat menyebabkan rendahnya pemahaman tentang literasi media sehingga mudah terjebak hoaks, salah memilih platform, atau tidak tahu etika komunikasi digital (Alwaton, 2023).

Dalam konteks inilah, literasi media dan keterampilan komunikasi memegang peranan penting. Literasi media tidak hanya mencakup kemampuan menggunakan media digital, tetapi juga pemahaman kritis dalam memilah informasi yang benar, etika komunikasi, serta kreativitas dalam menghasilkan konten yang menarik dan persuasif (Setiawan et al., 2024). Tanpa bekal literasi media, pelaku wisata rentan menghasilkan promosi yang tidak efektif, bahkan berpotensi menimbulkan misinformasi yang dapat merugikan citra pariwisata Pangandaran. Literasi media penting karena saat ini, mayoritas wisatawan mencari informasi destinasi melalui internet dan media sosial. Tanpa literasi media, pegiat wisata sering kali hanya menggunakan media digital sebatas unggah foto atau teks seadanya, tanpa memahami strategi promosi yang efektif. Literasi media membantu mereka memilih platform yang tepat (Instagram, TikTok, YouTube, atau website) sesuai target audiens, sehingga promosi lebih terarah dan berdampak. Pemahaman literasi media dan keterampilan komunikasi juga mampu meningkatkan

kredibilitas dan kepercayaan pengunjung. Wisatawan cenderung skeptis terhadap informasi yang berlebihan atau tidak valid. Literasi media menumbuhkan sikap kritis dalam memilah dan menyajikan informasi akurat, sehingga pegiat wisata tidak mudah terjebak menyebarkan hoaks atau klaim berlebihan. Promosi yang kredibel akan meningkatkan citra destinasi dan membangun kepercayaan wisatawan (Aliansyah & Hermawan, 2019).

Literasi media ini juga mendorong pegiat wisata untuk tidak hanya menjadi konsumen media, tetapi juga produsen konten. Masyarakat dapat berperan aktif mempromosikan wisata lokal melalui akun pribadi atau komunitas, menciptakan "*word of mouth digital*" yang efektif memperluas jangkauan promosi (Setiawan et al., 2024). Pada akhirnya, citra dan reputasi destinasi wisata juga bergantung pada media digital. Satu ulasan negatif atau konten yang menyesatkan dapat memengaruhi keputusan calon wisatawan. Tanpa literasi media, pegiat wisata rentan melakukan kesalahan komunikasi yang merugikan citra destinasi. Literasi media membantu mereka lebih bijak dalam mengelola konten, merespons kritik, serta menjaga reputasi Pangandaran sebagai destinasi wisata yang ramah dan profesional. Ini tentu akan mencegah penyalahgunaan media dan hoaks. Tanpa literasi media, pegiat wisata rawan menyebarkan informasi yang salah dan tidak akurat. Hal ini berpotensi menurunkan kepercayaan wisatawan. Literasi media membekali mereka keterampilan untuk memilah informasi, mengkomunikasikan pesan dengan etika, serta menghindari praktik promosi yang menyesatkan (Prasetyo & Rini, 2021).

Oleh karena itu, diperlukan sebuah program edukasi literasi media dan komunikasi yang dapat meningkatkan kapasitas pegiat wisata di Kabupaten Pangandaran, khususnya para pegiat wisata dan pelaku ekonomi kreatif. Melalui pelatihan literasi media, workshop komunikasi promosi, serta praktik pembuatan konten digital, masyarakat akan lebih terampil dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi wisata. Dengan meningkatnya kemampuan ini, diharapkan citra positif Pangandaran sebagai destinasi wisata unggulan semakin kuat, jumlah kunjungan wisatawan meningkat, dan kesejahteraan masyarakat lokal ikut terdorong.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan *Edukasi Literasi Media dan Komunikasi untuk Meningkatkan Promosi Wisata Kabupaten Pangandaran* menggunakan pendekatan pelatihan partisipatif (participatory training) yang memadukan edukasi literasi media, workshop komunikasi promosi, serta praktik pembuatan konten digital. Metode yang digunakan disusun berdasarkan tahapan pelaksanaan dalam proposal kegiatan. Pelatihan dilaksanakan dalam satu hari dengan rangkaian sebagai berikut:

08.00–08.30:	Registrasi & Pembukaan
08.30–09.30:	Materi Literasi Media Digital
09.30–10.30:	Workshop Storytelling Promosi Wisata
12.00–13.00:	Istirahat
13.00–14.00:	Strategi Komunikasi Digital
14.00–15.00:	Praktik dan Review Konten Peserta
15.00–15.30:	Evaluasi & Feedback
15.30–16.00:	Penutupan

1. Sesi 1 : **Workshop Literasi Media Digital**

Peserta diperkenalkan pada konsep literasi media, meliputi kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, serta memproduksi informasi secara kritis. Materi mencakup pemilahan informasi valid dan hoaks, etika komunikasi digital, serta penggunaan platform digital populer seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk promosi wisata. Narasumber memberikan contoh kasus misinformasi di industri pariwisata serta strategi menyajikan informasi kredibel.

2. Sesi 2: **Pelatihan Komunikasi Promosi Wisata**

Tahapan ini berfokus pada kemampuan peserta merancang pesan promosi yang persuasif melalui storytelling pariwisata, penulisan caption, serta penyusunan narasi visual. Peserta belajar menyusun pesan yang menarik, ringkas, dan sesuai dengan karakter audiens potensial wisatawan.

3. Sesi 3: **Praktik Pembuatan Konten Digital**

Peserta mempraktikkan pembuatan konten foto dan video promosi wisata menggunakan smartphone. Mereka dilatih memilih komposisi visual, penggunaan cahaya, pengambilan gambar sederhana, serta teknik editing ringan. Hasil konten kemudian direview bersama fasilitator untuk memberikan umpan balik langsung.

Evaluasi dilakukan melalui observasi praktik konten, diskusi reflektif, serta wawancara singkat dengan peserta dan perwakilan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan sebagai mitra. Kegiatan ini juga dilanjutkan melalui pendampingan daring (grup WhatsApp) untuk memberikan dukungan lanjutan.

HASIL PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat Telkom University dengan tema *Edukasi Literasi Media dan Komunikasi untuk Meningkatkan Promosi Wisata Kabupaten Pangandaran*

telah sukses dilaksanakan oleh tim dosen Yogie Alwaton, Miftahul Rozaq, dan Muhammad Rio Fariza bersama sejumlah mahasiswa menyelenggarakan pelatihan literasi media dan komunikasi pada Kamis (27/11/2025). Kegiatan ini berlangsung di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Pangandaran. Kegiatan dibuka oleh perwakilan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang menegaskan pentingnya peningkatan literasi media bagi pelaku wisata agar promosi pariwisata daerah lebih relevan dan terpercaya. Ketua pelaksana Abdimas kemudian memberikan gambaran umum mengenai urgensi literasi media dalam menghadapi tantangan informasi digital dan bagaimana kemampuan komunikasi digital dapat memperkuat citra Pangandaran sebagai destinasi wisata unggulan.



Gambar 1. Fotor Bersama Peserta Pelatihan

Pada sesi pertama, peserta dibekali pemahaman dasar mengenai literasi media, termasuk cara membedakan informasi valid dan hoaks, etika berkomunikasi di ruang digital, serta strategi memilih platform digital sesuai audiens. Narasumber menjelaskan fenomena misinformasi pariwisata yang sering terjadi di media sosial dan bagaimana hal tersebut dapat berdampak negatif terhadap citra destinasi. Peserta tampak antusias, terutama ketika diberikan contoh nyata mengenai kesalahan informasi yang sering terjadi dalam promosi wisata.



Gambar 2. Sesi 2 keterampilan menyusun narasi promosi wisata

Sesi kedua berfokus pada keterampilan menyusun narasi promosi wisata. Peserta belajar membuat storytelling sederhana yang berfokus pada pengalaman wisata, keunikan destinasi, serta nilai budaya lokal. Workshop ini membantu peserta menghasilkan narasi yang lebih menarik dan persuasif dibandingkan promosi konvensional yang cenderung informatif tanpa daya tarik visual maupun emosional. Peserta juga berlatih menulis caption singkat untuk Instagram dan TikTok, termasuk penggunaan *tone* positif, pemilihan kata yang tepat, dan teknik ajakan bertindak (*call to action*).



Gambar 3. Sesi Praktik

Pada sesi praktik, peserta diminta membuat konten foto dan video sederhana menggunakan smartphone. Mereka memotret produk UMKM, spot wisata, atau objek visual lain sebagai bahan konten promosi. Peserta kemudian mempelajari dasar pengambilan gambar, komposisi visual, serta teknik editing ringan menggunakan aplikasi mobile. Fasilitator memberikan review langsung terhadap konten yang dibuat, sehingga peserta mengetahui kelebihan dan aspek yang harus diperbaiki. Banyak peserta yang mengaku baru pertama kali mempelajari teknik konten digital secara sistematis.



Gambar 4. Peserta belajar membuat storytelling sederhana

Kegiatan pelatihan ini memberikan dampak positif karena peserta mendapatkan pengetahuan baru terkait literasi media dan pemanfaatan platform digital untuk memperkuat promosi wisata. Peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan sangat relevan dan membantu mereka memahami cara membuat konten yang lebih kreatif, menarik, dan sesuai dengan karakter wisatawan masa kini. Mereka menilai bahwa pelatihan ini membuka wawasan baru mengenai strategi promosi digital yang selama ini belum mereka kuasai.

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui wawancara dengan perwakilan Disbudpar yang menyampaikan bahwa pelatihan literasi media ini *“sangat penting untuk meningkatkan kualitas informasi wisata yang disampaikan kepada publik”*. Mitra menyatakan bahwa kemampuan literasi media pegiat wisata masih perlu ditingkatkan agar mereka tidak hanya menjadi pengguna media sosial, namun mampu menjadi produsen konten yang kredibel.

Sementara itu, peserta menyampaikan bahwa pelatihan ini membantu mereka lebih percaya diri dalam membuat konten dan memahami strategi promosi di media digital. Mereka mengakui bahwa sebelumnya promosi hanya dilakukan secara sederhana tanpa memperhatikan kualitas visual dan narasi. Pelatihan ini membantu mereka menghasilkan konten yang lebih terarah dan efektif.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai literasi media dan keterampilan komunikasi digital. Peserta mampu merancang konten promosi wisata yang lebih kreatif dan kredibel, serta memahami pentingnya etika komunikasi dalam menyampaikan informasi pariwisata. Umpan balik dari peserta dan mitra menunjukkan bahwa program ini relevan, bermanfaat, dan mendukung penguatan promosi wisata berbasis digital di Kabupaten Pangandaran.

PUSTAKA

- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran Sektor Pariwisata Pada Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten/Kota Di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55.
- Alwatan, Y. (2023). Jurnalisme Warga Sebagai Alternatif Literasi Media Dan Partisipasi Bagi Publik. *Avant Garde*, 11(2), 165–177.
- Gurning, R. (2024). *Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan Dan Kreativitas Usaha Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Pantai Bebas Parapat Simalungun*.
- Latif, B. S. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Pesisir: Studi Pada Dinas Kebudayaan & Pariwisata Kabupaten Pangandaran. *Ilmu Dan Budaya*, 41(62).
- Muftiadi, A. (2017). Pengembangan Desa Wisata Dan Potensinya Di Kabupaten Pangandaran. *Adbispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 2(2).
- Prasetyo, H., & Rini, H. (2021). Meningkatkan Keterampilan Literasi Informasi Masyarakat Melalui Program Wisata Literasi. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 42(2), 277–286.
- Setiawan, F. N., Nurmansyah, M. A., & Eka, S. V. (2024). Pelatihan Literasi Digital Marketing Melalui Media Facebook Dan Whatsapp Untuk Penggiat Pariwisata Desa Ranuyoso. *Jurnal Surya Masyarakat*, 6(2), 181–187.
- Sutarjo, M. A. S., & Fariza, M. R. (2025). Public Speaking Bagi Pelajar Man 1 Pangandaran: Penguatan Soft Skill Dan Kompetensi Komunikasi Remaja. *Jp2n: Jurnal Pengembangan Dan Pengabdian Nusantara*, 2(3 Se-Articles), 306–313. <https://doi.org/10.62180/Fe3f8x14>